

Marques & RSE

Les distributeurs ont annoncé récemment, à grand renfort de communiqués de presse et de campagnes de communication, que désormais, ils allaient améliorer fortement la qualité de leurs produits à marque propre, soucieux des nouvelles attentes des consommateurs.

Ce revirement stratégique est probablement la conséquence de la forte chute des marques de distributeurs, enregistrée depuis 3-4 ans, et qui a démarré avec la suicidaire guerre des prix et l'escalade promotionnelle dans lesquelles ils se sont lancés, générant une forte réduction de la compétitivité prix des MDD.

Par ailleurs, les grandes enseignes réalisant qu'elles proposent désormais les grandes marques à des prix consommateurs extrêmement proches, elles semblent redécouvrir que les MDD sont une opportunité réelle de différenciation, aujourd'hui entre elles, demain avec les pure player du e-commerce comme Amazon ou Alibaba.

Encore faut-il que ces MDD soient des produits de qualité et ne jouent pas seulement sur l'avantage prix.

Certes, si aujourd'hui les consommateurs sont plus informés, ils sont aussi devenus plus exigeants. Leurs attentes ont augmenté en matière de transparence sur l'origine des matières premières, le lieu et les conditions de transformation du produit, sa traçabilité et son empreinte environnementale. Mais ce qu'ils souhaitent avant tout, c'est connaître l'entreprise qui le fabrique, sa réputation, ainsi que ses pratiques en matière d'éthique sociale notamment vis-à-vis de ses collaborateurs.

Ces attentes d'engagement sur la santé, la sécurité, et le bien-être qu'elles apportent, les grandes marques les connaissent depuis fort longtemps et s'appliquent, jour après jour, à les satisfaire. Car elles ont une conscience aiguë de leurs responsabilités sociétales.



Les grandes enseignes semblent redécouvrir que les MDD sont une opportunité réelle de différenciation, aujourd'hui entre elles, demain avec les pure player du e-commerce comme Amazon ou Alibaba.

* Président de l'ilec et président de Prodimarques